



编者按

2008年3月,体彩即开票顶呱刮在全国各地陆续上市销售,今年3月是顶呱刮上市14周年。14年来,顶呱刮不断推出新票种,不断开发新市场,不断吸引新购彩者,在方便大众随手公益的同时,也为人们的生活添彩,给大家带来无限幸运与惊喜。

上市14年 累计筹集公益金超440亿元

体彩即开票跨越式发展源于不断创新

■记者于彤报道

2022年3月,体彩即开票顶呱刮迎来上市14周年纪念日。14年来,体彩即开票销量超过2200亿元,筹集体彩公益金达440亿元。近年来,体彩即开票销量增幅明显,其中2021年262.23亿元的销量创下14年来的新高。体彩即开票为何迎来跨越式发展,本报记者近日采访了国家体彩中心即开管理处处长冯欣,他从新票开发、贴近购彩者等方面给出答案,归纳为四个字就是——不断创新。

三因素促使即开票销量逆市上扬

中国体彩报:体彩即开票顶呱刮2008年上市之初的几年销量不断增长,随后经历了连续多年的下滑,2019年以来销量又有较大幅度的提升,今年1月同比增幅达75%以上。受疫情影响,近两年彩票市场大环境不是很乐观,您认为即开票在此背景下销量大幅增长的主要原因是什么?

冯欣:体彩即开票销量自2019年开始进入增长通道,特别是2021年更是大幅增长。即开票

玩法简单、易上手,受到众多购彩者的喜爱。近两年,即开票在新产品设计、新渠道拓展、活动创新等方面都有较大的变化。票面设计方面更加精美,内容更加丰富,吸引力逐渐增强;商业综合体、便利连锁、小微渠道等新渠道规模逐渐扩大,提高了购彩者的购彩便利性;在活动开展方面注重线上和线下相结合,多渠道展现出即开票的风采,持续不断给用户带来新的体验。

开展市场研究推出新产品

中国体彩报:近年来,体彩即开票在新票开发方面有哪些亮点?是如何做到贴近购彩者、贴近体育赛事、贴近传统文化和流行元素的?

冯欣:近年来,体彩即开票在产品研发方面注重即开票的综合价值体现,把产品创新作为研发的重点,在产品主题、形式和工艺等方面不断进行探索尝试,推出了一系列深受购彩群体喜爱的产品。同时,我们每年都会开展市场研究,对上市产品加强跟踪和评估,倾听来自社会大众的声音和反馈,设计出购彩者喜爱的产品。

为了充分发挥体彩即开票的体育特色,我们加大了对体育主题即开票的研发力度。2021年,体彩即开票陆续推出以“为中国力量加油”的系列体育特色产品,包括“为中国力量加油 全运会”和“为中国力量加油 冰雪”,为全运会和冬奥会加油,充分体现了即开游戏品牌宣传的作用。

体彩即开票的票面面积较大,印刷精美,能够更好地体现文化内涵。为了进一步发挥即开票的文化承载功能,2021年5月和9月,我们又相继推出两款中国传统文化主题即开票“四美”和“五虎将”。其中“四美”以中国古代四大美人为主题,采用特殊的尺寸印制,附加了书签功能,具有收藏价值,深受女性和年轻购彩群体喜爱;三国主题“五虎将”在设计风格方面进行了大胆创新,采用手绘网游风格设计,票面炫酷,张力十足,上市后深受广大购彩者的喜爱。

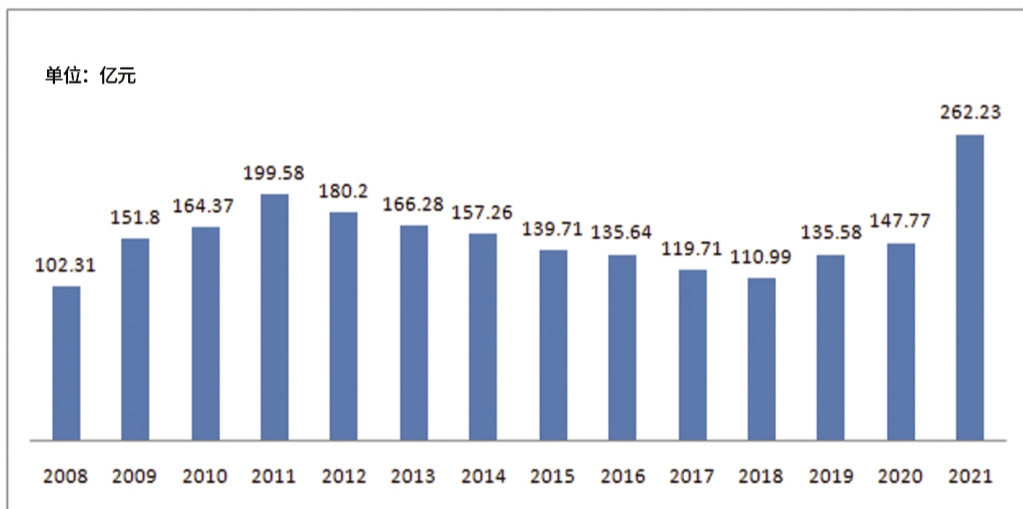
中国体彩报:年轻人是消费的主力军,也是走在时尚前沿的群体,体彩即开票是如何满足这一群体需求的?

冯欣:我们积极推动体彩即开票“破圈”发展,以吸引更多年轻群体。2022年1月,和国潮品牌“东来也”合作推出了极具国潮风的主题票“红包来啦 好事会发生”。这款产品票面采用手绘国潮风的设计风格,票面丰满,潮流时尚,并采用背面刮开和特殊尺寸设计,共有10个场景,每个场景寓意一份祝福,掀起了一股收集和收藏热潮,很多年轻人热衷自己收集一套或者作为一份特别的礼物送给亲朋好友。即开票区别于其他彩种的是它的票面承载作用,我们发行这款产品的主要目的也是希望通过与国潮IP的合作,实现“破圈”,让更多人感受到即开票的魅力。

中国体彩报:兼营店以及商业综合体实体店给大众购彩和随手公益带来方便,体彩即开票在这方面发挥了哪些作用?

冯欣:体彩即开票其即买即开即兑的特性受到很多人的喜爱,很多购彩者首次接触彩票就是买的即开票。上海体彩中心在2021年试点拓展小微零售渠道,此举使很多人通过体彩即开票对体彩有了感性的认识,也通过即开票了解了体育彩票的公益属性。2022年2月,借助“红包来啦好事会发生”的上市,在浙江商业综合体组织了联合主题活动,对参与活动的门店进行了IP主题形象包装,吸引了大批年轻购彩者参与。

体彩即开票2008年-2021年销量数据



多项活动用户满意度高

中国体彩报:体彩即开票在活动开展方面是如何贴近购彩者、贴近大众的?

冯欣:体彩即开票一直发挥着其基础彩种、绿色彩种作用,并充分利用新技术、新渠道创新活动形式,进一步挖掘其综合价值。比如在去年3月围绕“翻倍赢家”即开票的活动中,针对不同类型购彩者的不同需求,使用了预埋符号结合集卡兑奖的活动形式,既保证了对现有购彩者的回馈力度,又提升了新购彩群体的活动体验。第三方调研数据显示,所有用户对活动总体满意度达91.0%。

今年继续发行赛事主题票

中国体彩报:体彩即开票今年是否会发行亚运会、世界杯等赛事主题票?如何利用像世界杯这样的大型赛事让更多人接触到体彩即开票?

冯欣:2022年,体彩即开票将继续发挥体育特色,针对重点大型赛事还会持续推出主题即开票。2022年6月,计划推出亚运主题即开票,一方面借助体彩即开票精美的票面推广和宣传亚运会;另一方面,借助亚运会的影响力,也让更多的人认识、了解到即开票。世界杯更是四年一度的盛会,每逢世界杯体彩都

度达91.0%。

2021年9月,基于即开游戏本身特点(有趣好玩、票面生动活泼、主题贴合生活等等),选择20款四类主题鲜明的即开票,利用微信小程序开展试刮活动,有效激发了用户的参与乐趣,加深了新用户对于即开票的认知,拉近了即开票与购彩者之间的距离,购彩者对活动总体满意度达95.7%。

中国体彩报:“体彩新春季”已经成为体彩即开票的一个品牌活动,今年活动开展的情况如何?

会推出相应主题即开票,今年也不例外,并且计划通过主题活动吸引更多足球爱好者和年轻群体,让不同的群体都能参与和体会即开票方寸之间的乐趣。

中国体彩报:您对2022年即开票的工作有什么畅想和期待?

冯欣:即开票在为国家筹集公益金的同时,更重要的是它在文化承载、丰富大众业余生活等方面综合价值。即开游戏近两年的增长是一个综合性的因素,有政策层面,有市场层面的,也有活动层面的。对于即开票来说,

冯欣:“体彩新春季”作为品牌化节日活动,今年已是第5年举行,通过沿用以往活动中的即开生肖票、新春礼盒等形式,进一步强化“体彩新春季”品牌化节日印记,加深用户对即开票的联想,进而提升用户对即开票的认知;匹配新年氛围TVC、国潮风格H5互动游戏、好玩有趣的挑战赛活动,吸引了多新用户的广泛参与,参与量超过2200万人次。同时,通过创新的传播模式以及创意性宣传素材,实现了体彩的“破圈”传播,丰富了百姓的节日生活。

我们希望它的发展是长期的、可持续的、健康的、高质量的。2022年,我们既要进一步顺应市场趋势,多措并举,保证市场稳定向前,筹集更多公益金;还要进一步明确即开票发展的方向,梳理即开票发展可能存在的障碍并努力找到解决问题的方法;进一步提高自身业务能力,强化精细化运营管理能力,树牢根基,形成即开票内生发展动力,才能真正形成强大的生命力,实现持续增长。这就是2022年,或者未来一段时间内我对即开票的期待。